Deutscher Bundestag **Drucksache 16/8336**

16. Wahlperiode 03. 03. 2008

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Ulla Lötzer, Dr. Barbara Höll, Werner Dreibus, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.
– Drucksache 16/8138 –

Beurteilung von Gewerkschaften durch die bundeseigene Invest in Germany GmbH

Vorbemerkung der Fragesteller

Die bundeseigene Invest in Germany GmbH wird mit mehreren Millionen Euro vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) finanziert. Sie hat den Auftrag, Standortwerbung zu betreiben, um die Ansiedlung ausländischer Unternehmen zu erreichen. Sie soll unter anderem „ausländische Investoren über die exzellenten Standortbedingungen in Deutschland […] informieren“, wie es in einer Pressemitteilung des BMWi heißt.

In verschiedenen Werbebroschüren wirbt die Invest in Germany GmbH ausdrücklich damit, dass in Deutschland ein „niedriger gewerkschaftlicher Organisationsgrad“ herrsche, was zusammen mit „flexiblen Arbeitskräften“ und anderen Merkmalen einen Vorteil für ausländische Investoren darstelle. In Bezug auf Ostdeutschland wird als weiterer Vorteil genannt, dass die Löhne dort bis zu 30 Prozent unter dem westdeutschen Niveau lägen.[1]

1 In einer Broschüre zur Windkraft-Industrie vom Sommer 2007 (http://www.investingermany.com/upload_files/20070829123046_IO_WindEnergy_Summer2007.pdf) heißt es unter anderem: „In eastern Germany, investors benefit from […] wages up to 30 % below western German standards and low unionization rates.“
In einer Werbebroschüre zu erneuerbaren Energien vom Januar 2008 (http://www.invest-in-germany.com/uploads/media/IO_RenewableEnergies_Winter0708.pdf) werden unter der Überschrift „Opportunities & Advantages“ bezogen auf ganz Deutschland mutmaßliche Standortvorteile aufgelistet, darunter auch: „flexible labor with low unionization“ (flexible Arbeitskräfte mit niedrigem gewerkschaftlichen Organisationsgrad).

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie vom 27. Februar 2008 übermittelt.

Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

1. Teilt die Bundesregierung die Ansicht der Invest in Germany GmbH, dass ein niedriger gewerkschaftlicher Organisationsgrad einen Standortvorteil darstellt, und wie begründet die Bundesregierung ihre Position?

Weder die Bundesregierung noch die Invest in Germany GmbH vertreten die Ansicht, dass ein niedriger gewerkschaftlicher Organisationsgrad einen Standortvorteil darstellt. Die zitierten, von der Bundesregierung nicht autorisierten Aussagen werden von der Invest in Germany GmbH nicht mehr verwendet.

2. Strebt die Bundesregierung eine Erhöhung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland durch niedrigere Löhne und einen sinkenden gewerkschaftlichen Organisationsgrad an, und wie begründet sie ihre Position?

Siehe Antwort zu Frage 3.

3. Wie beurteilt die Bundesregierung ganz allgemein einen Wettbewerb, der über die Höhe der Löhne und über die Qualität der Arbeitsbedingungen ausgetragen wird anstatt über die Qualität von Produkten und Dienstleistungen, und wie begründet sie ihre Position?

Die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen auf den Weltmärkten hat ihre Wurzeln nicht nur in einer guten Qualität und einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis; sie zeigt sich auch in einer guten Positionierung auf neuen Wachstumsmärkten, z. B. in Osteuropa. Auch die Tarifvertragsparteien haben einen wichtigen Beitrag zu diesem Erfolg geleistet. Sie haben bei ihren Lohnvereinbarungen Augenmaß bewiesen und damit auch die Beschäftigungschancen der Arbeitslosen verbessert.

4. Welche Rolle spielen Gewerkschaften und die Mitbestimmung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nach Ansicht der Bundesregierung im Wirtschaftssystem der Bundesrepublik Deutschland?

Die partnerschaftlichen Beziehungen zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern sowie die soziale Teilhabe der Arbeitnehmer im Rahmen der Mitbestimmung in Betrieb und Unternehmen gewährleisten in der Bundesrepublik Deutschland ein hohes Maß an sozialer Stabilität. Betriebs- und Sozialpartnerschaft sind deshalb positive Standortfaktoren im internationalen Wettbewerb.

5. Wie beurteilt die Bundesregierung die Werbestrategie der Invest in Germany GmbH, wird sie Maßnahmen ergreifen, damit die Strategie geändert wird, wenn ja – welche, wenn nein – warum nicht?

Siehe Antwort zu Frage 1.

6. Wie hoch ist das jährliche Budget der Invest in Germany GmbH?

Siehe Antwort zu Frage 7.

7. Wie finanziert sich die Invest in Germany GmbH (bitte aufschlüsseln wie viele Euro im Jahr 2008 aus welchen Haushaltstiteln beim BMWi, beim BMVBS, und aus anderen Bundesetats bereitgestellt werden sowie welche anderen Finanzierungsquellen in welcher Höhe zur Invest in Germany GmbH beitragen)?

Die Gesellschaft wird vollständig aus dem Bundeshaushalt im Wege der institutionellen Förderung finanziert. Zur Deckung der Ausgaben der Gesellschaft werden im Haushaltsjahr 2008 zweckgebunden Mittel aus Einzelplan 09 (BMWi, Kapitel 09 02 Titel 687 80) in Höhe von 7,8 Mio. Euro und Einzelplan 12 (BMVBS, Kapitel 12 25 Titel 686 08) in Höhe von 5,0 Mio. Euro bereitgestellt, insgesamt somit 12,8 Mio. Euro.

Zusätzlich kann die Gesellschaft in 2008 auf Mittel in Höhe von bis zu 3 Mio. Euro im Wege der Projektförderung aus dem Einzelplan 09 (BMWi, Kapitel 09 02 Titel 687 80) zur Finanzierung ihres Auslandsnetzes auf der Grundlage von Kooperationsvereinbarungen mit deutschen Auslandshandelskammern über den Deutschen Industrie- und Handelskammertag zurückgreifen. Die Gesellschaft ist weiter mit der Vorbereitung und Durchführung einer Standortkampagne beauftragt. Sie erhält hierfür in 2008 zweckgebunden Mittel in Höhe von bis zu 3 Mio. Euro im Wege der Projektförderung aus dem genannten Titel.

8. In welchen Ländern, zu welchen Anlässen bzw. auf welchen Wegen versucht die Invest in Germany GmbH potenzielle Investoren mit ihren Werbematerialien anzusprechen.

Die Werbematerialien der Invest in Germany GmbH werden weltweit für Imagebildung und Investorenanwerbung einschließlich Investorenberatung eingesetzt. Neben der fortlaufenden Nutzung über Online- und Offlinemedien erfolgt die Verwendung anlassbezogen z. B. im Rahmen von internationalen Messen und Kongresse sowie bei individuellen Investorengesprächen.

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333